

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *MARKETPLACE*
SHOPEE DENGAN METODE *PIECES FRAMEWORK***



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Gelar Strata I pada
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

**SHODIQ ARDIANTO
D600170001**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE DENGAN
METODE *PIECES FRAMEWORK***

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

SHODIQ ARDIANTO
D600.170.001

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



(Mila Faila Sufa, ST., MT.)
NIK. 972

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE DENGAN
METODE *PIECES FRAMEWORK***

OLEH

SHODIQ ARDIANTO
D600170001

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 15 November 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Mila Faila Sufa, S.T., M.T.




(Ketua Dewan Penguji)

2. Munajat Tri Nugroho, S.T., M.T., Ph.D.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Arinda Soraya Putri, ST, MT.

(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()



Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D

NIK. 892

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oranglain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 15 November 2021

Penulis,



Shodiq Ardianto

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE DENGAN METODE *PIECES FRAMEWORK*

Abstrak

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu; *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Kepuasan adalah arti dari bahasa latin satis yang mempunyai arti *enough* atau cukup dan farece yang berarti melakukan. Kepuasan akan muncul ketika sebuah produk atau jasa mampu memberikan sesuatu yang diinginkan oleh konsumen sampai pada tahap cukup. Tujuan dari penelitian ini adalah Menentukan tingkat kepuasan dan kepentingan pengguna dalam setiap atribut *pieces framework*, Menganalisis dan menentukan atribut yang masuk dalam prioritas utama, dipertahankan, prioritas rendah, dan berlebihan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Memberikan usulan perbaikan pada jasa layanan shopee. Hasil dari analisa data menunjukan bahwa seluruh variabel PIECES mendapat kategori puas sehingga bisa dikatakan bahwa aplikasi Shopee berperan dengan baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan hasil yang memuaskan kepada pelanggan. Untuk hasil dari Analisa tingkat kepentingan dengan metode PIECES, bahwa seluruh variabel PIECES masuk dalam kategori penting. Pada hasil analisis IPA didapatkan atribut-atribut yang berada pada kuadran I yaitu Sering memberikan potongan harga atau voucher, data pribadi konsumen terlindungi, data transaksi konsumen terlindungi, pelayanan cepat dan akurat, adanya garansi pengembalian produk ketika produk yang diterima salah atau rusak, dan memberikan petunjuk apa yang harus dilakukan jika transaksi tidak dapat di proses. Pada kuadran ini mempunyai nilai kinerja yang rendah tetapi memiliki nilai harapan terhadap kualitas pelayanan yang tinggi sehingga diperlukan perbaikan pada atribut ini. Usulan yang diberikan untuk melakukan perbaikan kualitas layanan shopee yaitu Pihak shopee supaya memberikan lebih banyak diskon harga, voucher cashback, voucher gratis ongkir, dan diskon flashsale baik untuk pengguna baru atau pengguna lama, pihak shopee menyediakan penarikan persetujuan dan penghapusan atau anonymisation data pribadi, Shopee menjalin kerjasama dengan seller yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, akurat, konsisten dan bertanggung jawab, Garansi produk harus berlaku untuk semua jenis produk dan semua seller, dan memberikan sosialisasi di dalam aplikasi atau notifikasi jika terjadi transaksi yang tidak dapat di proses.

Kata kunci : Kepuasan, Kepentingan, *Pieces Framework*, IPA

Abstract

Service quality is the level of excellence expected and control over the level of excellence to meet consumer desires. In other words, two main factors affect service quality, namely; expected service and perceived service or the quality of service that is expected and the quality of service received or perceived. Satisfaction is the meaning of the Latin *satis* which means enough or enough and *farce* which means to do. Satisfaction will arise when a product or service can provide something that consumers want to an adequate level. The purpose of this study is to determine the level of satisfaction and user interest in each attribute of the piece's framework, to analyze and determine the attributes that are included in the top priority, maintained, low priority, and excessive using the Importance Performance Analysis (IPA) method, and provide suggestions for improvements to services. shopee service. The results of data analysis show that all PIECES variables are in the satisfied category so that it can be said that the Shopee application plays a good role in improving service quality and providing satisfactory results to customers. For the results of the analysis of the level of importance with the PIECES method, that all PIECES variables are included in the important category. In the results of the IPA analysis, the attributes that are in quadrant I am often given discounts or vouchers, consumer personal data is protected, consumer transaction data is protected, service is fast and accurate, there is a guarantee of product returns when the product received is wrong or damaged, and provides instructions on what to do if the transaction cannot be processed. This quadrant has a low-performance value but has a high expectation value for service quality so that improvements are needed on this attribute. The proposal given to improve the quality of shopee services is the shopee party to provide more price discounts, cashback vouchers, free shipping vouchers, and flash sale discounts for both new users and old users, shopee provides withdrawal of approval and deletion or anonymization of personal data, Shopee establishes cooperation with sellers who can provide fast, accurate, consistent and responsible service, product guarantees must apply to all types of products and all sellers, and provide socialization in the application or notifications if transactions occur that cannot be processed.

Keywords: Satisfaction, Interests, Pieces Framework, IPA

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari tentu masyarakat mempunyai kebutuhan yang harus dibeli, baik itu kebutuhan primer atau sekunder. Oleh karena itu dalam memenuhi

kebutuhannya banyak masyarakat yang memanfaatkan *platform online shoop* untuk membeli barang atau produk yang dibutuhkan, karena dengan berbelanja secara online dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah dan berkerumun dengan orang banyak. Dengan demikian berbelanja secara online lebih aman untuk terhindar dari penularan Covid-19 ini. Maka dari itu secara tidak langsung pengguna dari online shoop akan meningkat dibandingkan dengan keadaan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh *International Commerce Director of Blackbox Research* yang mana 57% konsumen Indonesia mengaku ada peningkatan belanja secara daring dimasa pandemi covid-19, dan nilai rata-rata belanja online konsumen Indonesia naik 28%. Berdasarkan penilaian dari Top Brand Award pada tahun 2021 Shopee menduduki urutan ke satu dengan nilai TBI 41,8%, ke dua Tokopedia 16,7%, ke tiga Lazada 15,2%, ke empat Bukalapak 9,5 %, ke lima Blibli 8,1%.

Salah satu *electronic commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam berbelanja online adalah Shopee dengan jumlah pengunjung sebanyak 93.000.000 dalam setiap bulannya (laporan yang dirilis oleh iPrice di akses dari halaman Bisnis.com yang dilakukan pada desember 2020) . Shopee merupakan salah satu e-commerce termuda yang berkembang dengan pesat dalam pasar jual beli online. *Marketplace* berbasis *mobile* ini secara resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2015 (Yusrini, dkk, 2018). Shopee sendiri adalah *platform marketplace* yang menyediakan berbagai macam produk seperti elektronik, pakaian, *fashion*, perlengkapan rumah tangga, otomotif, aksesoris dan sebagainya. Kemudian didalam aplikasi shopee tersedia banyak sekali fitur yang bisa digunakan oleh pengguna seperti, pengguna dapat menemukan barang yang dicari dengan memasukkan nama atau tipe barang di kolom pencarian, pengguna dapat memilih kategori barang apa yang ingin dicari, dapat memilih metode pembayaran, memilih jasa pengiriman, dapat melakukan komunikasi dengan seller, hingga memilih promo yang disediakan oleh shopee atau seller. Selain banyak fitur yang disediakan oleh shopee, shopee juga memiliki macam-macam keunggulan, seperti garansi atau dapat melakukan *return* jika barang yang dibeli

tidak sesuai yang ditawarkan, dapat melakukan pembayaran dengan system COD, hingga gratis biaya pengiriman.

Namun dengan banyaknya fitur dan keunggulan yang dimiliki oleh shopee masih terdapat banyak ulasan dari pengguna yang kurang puas dengan aplikasi ini seperti keluhan terjadinya aplikasi error, fitur pembayaran, dompet shopeepay, pelacakan pesanan yang kurang akurat, gambar produk yang ditawarkan sering tidak terlihat, login gagal, susah dalam mendapatkan kode OTP, sering keluar sendiri dari aplikasi, penyediaan bahasa tidak lengkap. Untuk persentase dari 8.373.315 ulasan, 92% memberikan rating puas dengan nilai 4,6 dari skala 1 sampai dengan 5. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *International Commercial Director of Blackbox Research* pada Desember 2020 ini melibatkan 4.780 responden dari kalangan konsumen di enam negara, yakni Indonesia (799 responden), Singapura (820 responden), Malaysia (795 responden), Thailand (799 responden), Filipina (799 responden), dan Vietnam (770 responden) shopee dikalangan pengguna layanan jasa digital masih kalah dengan aplikasi grab untuk tingkat kepuasannya. Oleh karena itu perlu dilakukan analisa kepuasan kepada pengguna untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah baik dan sudah memenuhi kebutuhan pengguna atau belum. Dengan kita bisa memahami keinginan dan harapan dari pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan mendapatkan nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan.

Menurut (Cahyati & Seminari, 2020) berdasarkan penelitiannya, bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Hermansyah,dkk,2020) semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut:

1.2.1 Menentukan tingkat kepuasan dan kepentingan pengguna dalam setiap atribut *pieces framework*. Sehingga dapat diketahui apakah kinerja dari shopee

sudah baik atau belum, dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh pengguna.

1.2.2 Menganalisis dan menentukan atribut yang masuk dalam prioritas utama, dipertahankan, prioritas rendah, dan berlebihan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Sehingga dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang perlu dilakukan perbaikan.

1.2.3 Memberikan usulan perbaikan pada jasa layanan shopee memilih metode pieces framework karena metode ini dinilai paling relevan untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pengguna *marketplace*. Dalam metode pieces framework terdapat 6 variabel yang digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada, sehingga dapat diketahui akar dari setiap permasalahannya. Untuk metode IPA digunakan untuk mengetahui perbaikan apa yang harus dilakukan dan di prioritaskan sehingga dapat akurat perbaikan yang dilakukan.

2. METODE

Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek mahasiswa strata S-1 fakultas Teknik dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan aplikasi Shopee. Mengambil responden dari fakultas Teknik dan FKIP karena kedua fakultas memiliki jumlah individu yang banyak di bandingkan dengan fakultas lain di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Karena dengan banyaknya individu akan lebih mudah untuk mencari data dalam jumlah banyak. Dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut (Lister, 2020):

$$n = \frac{N}{1+N e^2} \quad (1)$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

N : Total populasi

e : Taraf kesalahan yang ditolerir (*Error Tolerance*)

Tingkat kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan yang masih dapat ditolerir yakni sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

$$n = \frac{6672}{1+6672 \cdot 0.1^2} = 98,523 \quad (2)$$

Jadi, dapat diperoleh kesimpulan bahwa jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 99 sampel untuk fakultas teknik dan fakultas keguruan dan ilmu pengetahuan. Sampel diambil berdasarkan teknik sampling *purposive sampling* di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria subjek penelitian. (Sucianah & Yuhertiana, 2021). Setelah diketahui jumlah minimal sampel yang diambil lalu selanjutnya melakukan pengambilan data menggunakan kuesioner dengan cara mengisi *google form*.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam memantau tingkat kepuasan pelanggan, salah satunya adalah metode *pieces framework*. Menurut (Amaliah, Ahmad and Rustan, 2021) metode *pieces* adalah metode analisis sebagai dasar untuk memperoleh pokok-pokok permasalahan yang lebih spesifik. Menurut penelitian dari (Kristy and Kusuma, 2018) bahwa *pieces framework* adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan suatu problem, opportunities, dan directives yang terdapat pada bagian scope definition, analisis dan perancangan sistem. Dengan menggunakan metode ini dapat dihasilkan hal-hal baru yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan suatu pelayanan. Menurut (Aji and Hidayatullah, 2019) metode ini juga digunakan untuk mengukur nilai apakah pelanggan terpuaskan akan pelayanan yang diberikan ataukah tidak. Menurut (Kristy and Kusuma, 2018), dalam metode *pieces* terdapat enam atribut yang digunakan untuk menganalisis suatu pelayanan, yaitu :

2.1 Performance

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana performa atau kinerja dari suatu perusahaan

2.2 *Information*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak dan seberapa jelas informasi yang didapatkan, contohnya seperti status pengiriman atau info biaya

2.3 *Economics*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan

2.4 *Control and Security*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kesulitan dan keamanan dalam menggunakan layanan ini.

2.5 *Efficiency*

Analisa ini dilakukan untuk mengetahui apakah suatu atribut itu efisien atau tidak, dengan input yang sedikit bisa menghasilkan sebuah output yang memuaskan.

2.6 *Service*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang dilakukan dan mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada terkait tentang pelayanan

Penggunaan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dianggap sebagai metode yang tepat untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan strategi manajemen. Teknik dasar dari metode IPA adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan atribut yang berasal dari harapan mereka dan penilaian kinerja produk atau layanan. Pada metode IPA digunakan untuk mengkategorikan atau membagi keseluruhan atribut yang memiliki nilai gap ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius tersebut memiliki empat kategori prioritas. Empat kategori tersebut adalah empat kuadran di dalam diagram IPA, yaitu: prioritas utama (Kuadran 1), prioritas rendah (Kuadran 3), pertahankan kualitas (Kuadran 2), kualitas berlebih (Kuadran 4)) (Kristy & Kusuma, 2018). Dengan demikian,

harus diputuskan bagaimana sumber daya yang terbatas itu yang terbaik diterapkan untuk mencapai tingkat kepuasan pengguna tertinggi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Atribut Layanan

Identifikasi atribut pernyataan dilakukan dengan membuat kategori pelayanan apa saja yang ada di jasa layanan *marketplace Shopee*. Selain itu juga dengan melakukan studi literatur berupa mempelajari referensi yang diperoleh dari berbagai jurnal yang memuat informasi terkait atribut pernyataan dan melakukan wawancara terhadap beberapa sumber terkait. Atribut pernyataan mengenai pelayanan dapat dilihat pada Tabel 1 Atribut Pernyataan berikut:

Tabel 1 Atribut Pertanyaan

Variabel	Pertanyaan
Performance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi shopee sangat mudah diakses oleh pengguna 2. Produk yang dipasarkan lengkap 3. Aplikasi shopee merespon suatu perintah pembatalan maupun permintaan terhadap suatu transaksi dilakukan dengan cepat 4. Pilihan metode pembayaran sudah cukup banyak untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi
Information	<ol style="list-style-type: none"> 5. Data yang disimpan oleh aplikasi sudah tersimpan sesuai dengan yang dimasukkan kedalam aplikasi 6. Shopee selalu memberikan notifikasi ketika merilis informasi terbaru 7. Informasi yang dihasilkan aplikasi shopee dapat diandalkan / dipercaya 8. Informasi yang disajikan aplikasi mudah untuk dipelajari dan dipahami.
Economics	<ol style="list-style-type: none"> 9. Biaya yang dikeluarkan untuk mengakses aplikasi shopee cukup murah 10. Sering memberikan potongan harga atau voucher 11. Fasilitas gratis ongkos kirim yang meringankan pelanggan
Control and Security	<ol style="list-style-type: none"> 12. Data identitas pribadi konsumen terlindungi 13. Data transaksi konsumen terlindungi 14. Shopee menyediakan fasilitas perlindungan untuk data melalui kartu kredit 15. Penggunaan aplikasi shopee mudah dipahami
Efficiency	<ol style="list-style-type: none"> 16. Waktu checkout pesanan untuk menghasilkan informasi dilakukan dengan cepat. 17. Untuk memuat halaman Shopee tidak membutuhkan waktu yang lama 18. Tersedia fasilitas pencarian untuk memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan
Service	<ol style="list-style-type: none"> 19. Pelayanan cepat dan akurat

-
20. Adanya garansi pengembalian produk ketika produk yang diterima salah atau rusak
 21. Shopee menyediakan berbagai kebutuhan dari pengguna, mulai dari pembelian produk, shopee games, pembayaran pulsa, tagihan & hiburan
 22. Memberikan petunjuk apa yang harus dilakukan jika transaksi tidak dapat di proses
-

3.2 Analisis Hasil Perhitungan dan Pengolahan Data

3.2.1 Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan dan Atribut Kepentingan

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Yarat untuk dianggap valid, butir pernyataan harus memiliki nilai indeks validitas pada $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, $r \text{ hitung}$ diperoleh dari hasil pengujian di *software* SPSS. Sehingga semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah $r \text{ tabel}$ harus diperbaiki agar menjadi valid (Yusup, 2018). Tabel 2 dan 3 merupakan hasil uji validitas Atribut Kenyataan.

Tabel 2 Perhitungan Uji Validitas Variabel Kenyataan

Variabel	Hasil Perhitungan
n	110
df	108
confidence level	95%
α	0.05
r tabel	0.1874

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kenyataan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,753	0,1874	Valid
2	0,711	0,1874	Valid
3	0,452	0,1874	Valid
4	0,711	0,1874	Valid
5	0,734	0,1874	Valid
6	0,66	0,1874	Valid
7	0,536	0,1874	Valid
8	0,678	0,1874	Valid
9	0,611	0,1874	Valid
10	0,673	0,1874	Valid
11	0,688	0,1874	Valid
12	0,623	0,1874	Valid
13	0,646	0,1874	Valid
14	0,635	0,1874	Valid
15	0,746	0,1874	Valid
16	0,787	0,1874	Valid
17	0,701	0,1874	Valid
18	0,754	0,1874	Valid

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
19	0,729	0,1874	Valid
20	0,667	0,1874	Valid
21	0,707	0,1874	Valid
22	0,632	0,1874	Valid

Analisis :

Berdasarkan data pada Tabel 3 Perhitungan Uji Validitas Atribut Kenyataan yaitu n sebesar 110, df sebesar 108, *confidence level* sebesar 95%, α sebesar 0.05, dan r tabel sebesar 0.1874. Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan pada hasil uji validitas tersebut dicari menggunakan software SPSS yaitu dengan cara memasukkan hasil kuesioner yang didapatkan kedalam *software* SPSS kemudian dianalisis dan dilihat pada hasil total *pearson correlation* berupa r hitung apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka pertanyaan pada kuesioner tersebut *valid*, dan apabila nilai r hitung lebih kecil daripada nilai r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil yang diperoleh dari pengujian pada kuesioner dengan 22 pertanyaan bahwasanya keseluruhan pernyataan yang diuji dengan *software* SPSS terbukti *valid*.

Tabel 4 Perhitungan Uji Validitas Variabel Kepentingan

Variabel	Hasil Perhitungan
n	110
df	108
confidence level	95%
α	0.05
r tabel	0.1874

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,784	0,1874	Valid
2	0,813	0,1874	Valid
3	0,737	0,1874	Valid
4	0,787	0,1874	Valid
5	0,842	0,1874	Valid
6	0,61	0,1874	Valid
7	0,735	0,1874	Valid
8	0,798	0,1874	Valid
9	0,725	0,1874	Valid
10	0,761	0,1874	Valid
11	0,778	0,1874	Valid
12	0,763	0,1874	Valid

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
13	0,711	0,1874	Valid
14	0,742	0,1874	Valid
15	0,858	0,1874	Valid
16	0,848	0,1874	Valid
17	0,742	0,1874	Valid
18	0,767	0,1874	Valid
19	0,83	0,1874	Valid
20	0,825	0,1874	Valid
21	0,761	0,1874	Valid
22	0,797	0,1874	Valid

Berdasarkan data pada Tabel 5 Perhitungan Uji Validitas Atribut Harapan yaitu n sebesar 110, df sebesar 108, *confidence level* sebesar 95%, α sebesar 0.05, dan r tabel sebesar 0.1874. Hasil Uji Validitas Atribut Kenyataan pada hasil uji validitas tersebut dicari menggunakan *software* SPSS yaitu dengan cara memasukkan hasil kuesioner yang didapatkan kedalam *software* SPSS kemudian dianalisis dan dilihat pada hasil total *pearson correlation* berupa r hitung apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka pertanyaan pada kuesioner tersebut valid, dan apabila nilai r hitung lebih kecil daripada nilai r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil yang diperoleh dari pengujian pada kuesioner dengan 22 pertanyaan bahwasanya keseluruhan pernyataan yang diuji dengan *software* SPSS terbukti valid.

3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Kenyataan dan Atribut Kepentingan

Tabel 6 dan 7 Merupakan hasil uji Reliabilitas Atribut Kenyataan dan Atribut Kepentingan.

Tabel 6 *Output* Uji Reliabilitas Variabel Kenyataan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.942	22

Analisis :

Berdasarkan output tabel 6 diketahui N of item (butir pernyataan pada kuesioner) ada 22 buah dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942. Karena nilai 0,942 > 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan *reliabel* atau konsisten.

Tabel 7 *Output* Uji Reliabilitas Variabel Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.940	22

Analisis :

Berdasarkan output tabel 7 diketahui N of item (butir pernyataan pada kuesioner) ada 22 buah dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,940. Karena nilai 0,940 > 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten.

3.2.3 Analisis Pieces Framework

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 110 pelanggan pengguna aplikasi shopee, maka selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode PIECES Framework. Hasil dari perhitungan pieces framework kemudian dilakukan perhitungan skor menggunakan skala likert. Dibawah ini merupakan tabel keterangan skala likert

Tabel 8 Skala *Likert*

Skala	Predikat Kepuasan	Predikat Kepentingan
4.92 - 5	Sangat Puas	Sangat Penting
3.4 – 4.91	Puas	Penting
2.6 – 3.39	Cukup Puas	Cukup Penting
1.8 – 2.59	Tidak Puas	Tidak Penting
1 – 1.79	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting

Berikut merupakan analisis nilai kinerja dan kepentingan pada atribut setiap variabel pada jasa layanan shopee:

Tabel 9 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan

No	Variabel	Rata-rata	Predikat
1	<i>Performance</i>	3,90	PUAS
2	<i>Information</i>	3,73	PUAS
3	<i>Economics</i>	3,86	PUAS
4	<i>Control and Security</i>	3,83	PUAS
5	<i>Efficiency</i>	3,84	PUAS
6	<i>Service</i>	3,74	PUAS

Analisis:

Berdasarkan hasil seluruh rekapitulasi variabel PIECES diatas, seluruh variabelnya yang terdiri dari Performance, Information, Economics, Control and Security, Efficiency dan Service semua berada pada kategori Puas, artinya Aplikasi Shopee berperan baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga memberikan rasa puas dan respon positif ke pelanggan.

Tabel 10 Rekapitulasi Tingkat Kepentingan

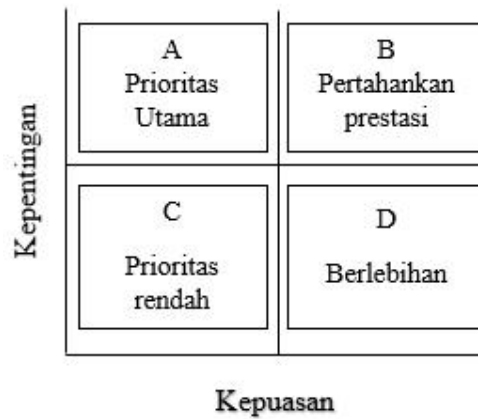
No	Variabel	Rata-rata	Predikat
1	<i>Performance</i>	4,21	PENTING
2	<i>Information</i>	4,02	PENTING
3	<i>Economics</i>	4,30	PENTING
4	<i>Control and Security</i>	4,26	PENTING
5	<i>Efficiency</i>	4,29	PENTING
6	<i>Service</i>	4,29	PENTING

Analisis:

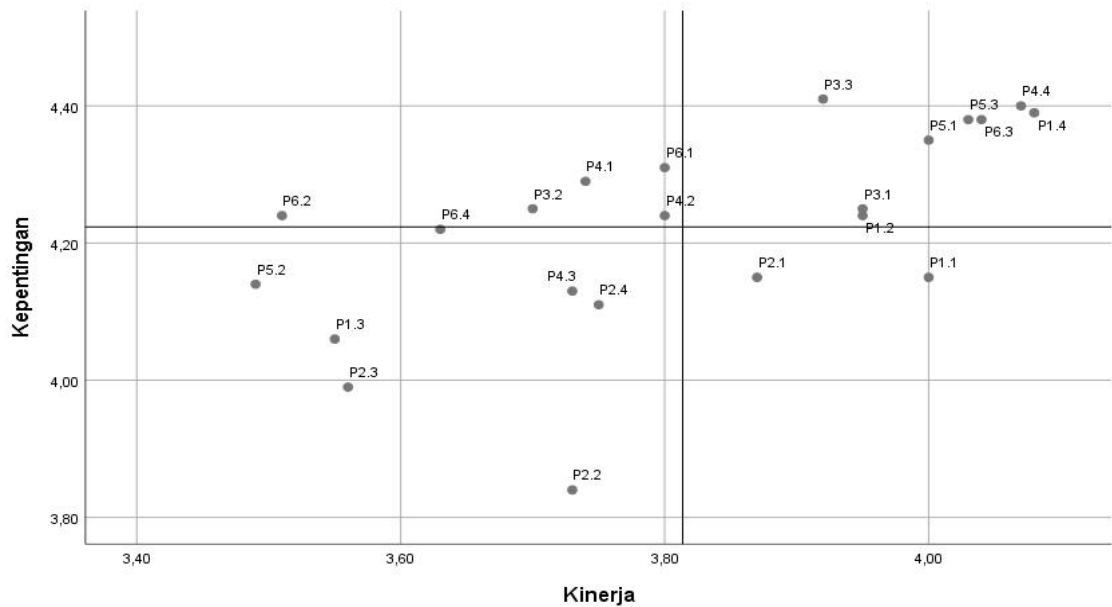
Berdasarkan hasil seluruh rekapitulasi variabel PIECES diatas, seluruh variabelnya yang terdiri dari *Performance*, *Information*, *Economics*, *Control and Security*, *Efficiency* dan *Service* semua berada pada kategori Penting. Artinya perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan dari setiap variabel ini karena dianggap penting oleh pelanggan.

3.2.4 Analisis IPA

Dalam metode IPA, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix* yang terdiri dari empat kuadran dengan kriteria tertentu. Metode IPA ini untuk mengatur prioritas, dimana sumbu vertikal menggambarkan pentingnya pemilihan dimensi, sedangkan horizontal menggambarkan seberapa baik penyedia layanan sedang melakukan layanan, kemudian ditunjukkan pada area yang dibagi menjadi empat kuadran. Dapat di lihat pada tabel 1 dan 2 merupakan penjelasan dan hasil pemetaan perhitungan dari metode IPA



Gambar 1 Gambar Kuadran *Importance Performance Analysis*



Gambar 2 Hasil pemetaan kuadran IPA

Berdasarkan hasil pemetaan kuadran IPA pada gambar 1 yang didalamnya terdapat 4 kuadran yang didalamnya berisis atribut-atribut mana saja yang merupakan Prioritas Utama , dipertahankan, prioritas rendah, dan berlebihan pada kualitas pelayanan Shopee. Berikut merupakan kuadran-kuadran dalam metode IPA:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Wilayah kuadran 1 ini berisi faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini merupakan prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran I yaitu P3.2 (Sering memberikan potongan harga atau voucher), P4.1 (Data pribadi konsumen terlindungi), P4.2 (Data transaksi konsumen terlindungi), P6.1 (Pelayanan cepat dan akurat), P6.2 (Adanya garansi pengembalian produk ketika produk yang diterima salah atau rusak), dan P6.4 (Memberikan petunjuk apa yang harus dilakukan jika transaksi tidak dapat di proses).

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Wilayah kuadran II ini berisi faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pengguna sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pengguna. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran II yaitu P1.2 (Produk yang dipasarkan lengkap), P1.4 (Pilihan metode pembayaran sudah cukup banyak untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi), P3.1 (Biaya yang dikeluarkan untuk mengakses aplikasi shopee cukup murah), P3.3 (Fasilitas gratis ongkos kirim yang meringankan pelanggan), P4.4 (Penggunaan aplikasi shopee mudah dipahami), P5.1 (Waktu checkout pesanan untuk menghasilkan informasi dilakukan dengan cepat), P5.3 (Tersedia fasilitas pencarian untuk memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan), dan P6.3 (Shopee menyediakan berbagai kebutuhan dari pengguna, mulai dari pembelian produk, shopee games, pembayaran pulsa, tagihan & hiburan).

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Wilayah kuadran III ini yang berisikan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu baik. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran III yaitu P1.3 (Aplikasi shopee merespon suatu perintah pembatalan maupun permintaan terhadap suatu transaksi dilakukan dengan cepat), P2.2 (Shopee selalu memberikan notifikasi ketika merilis informasi terbaru), P2.3 (Informasi yang dihasilkan aplikasi shopee dapat diandalkan atau dipercaya), P2.4 (Informasi yang disajikan aplikasi mudah untuk dipelajari dan dipahami), P4.3 (Shopee menyediakan fasilitas perlindungan untuk data melalui kartu kredit), dan P5.2 (Untuk memuat halaman Shopee tidak membutuhkan waktu yang lama).

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Wilayah kuadran IV ini yang berisikan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk dalam kuadran IV yaitu P1.1 (Aplikasi shopee sangat mudah diakses oleh pengguna), dan P2.1 (Data yang disimpan oleh aplikasi sudah tersimpan sesuai dengan yang dimasukkan kedalam aplikasi).

3.3 Usulan Perbaikan

Dibawah ini merupakan usulan perbaikan dari tiap-tiap atribut yang masuk dalam kuadran 1 metode IPA:

3.3.1 Sering memberikan potongan harga atau voucher.

Pihak shopee supaya memberikan lebih banyak diskon harga, voucher cashback, voucher gratis ongkir, dan diskon flashsale dengan jumlah nominal yang besar baik untuk pengguna baru atau pengguna lama. Karena dengan adanya diskon dan promo tersebut konsumen dapat mengurangi jumlah biaya pembelian produk serta mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah, sehingga konsumen akan

mendapat kepuasan dalam berbelanja. Menurut (Novirsari, 2019) diskon harga dapat memberikan beberapa keuntungan diantaranya: dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak, mengantisipasi promosi pesaing, dan mendukung perdagangan dalam jumlah yang lebih besar, dan memberikan kepuasan dalam membeli suatu barang.

3.3.2 Data pribadi dan data transaksi konsumen terlindungi

Pihak shopee supaya memberikan jaminan kepada pengguna bahwa data pribadi pengguna digunakan dengan semestinya dan tidak disalahgunakan, yaitu dengan cara pihak shopee menyediakan penarikan persetujuan dan penghapusan atau anonymisation data pribadi. Pihak shopee memberikan layanan informasi kepada pengguna jika ingin mengetahui data pribadinya digunakan untuk keperluan apa saja oleh shopee. Menurut (Palinggi and Limbongan, 2020) pada era Revolusi Industri 4.0 yang dirasakan saat ini, digitalisasi telah merambah ke ranah yang lebih privasi. Maka diperlukan sebuah UU dalam menjaga keberlangsungan industri *ecommerce* di masa mendatang. Penulis merasa bahwa sudut pandang dari ICT (*Information and Communication of Technology*) khususnya terhadap regulasi baik UU ITE maupun UU Perlindungan Data Pribadi (PDP), mampu memberikan rasa aman, dan nyaman kepada pelanggan khususnya dalam bertransaksi secara online.

3.3.3 Pelayanan cepat dan akurat

Pihak shopee menjalin kerjasama dengan seller yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, akurat, konsisten dan bertanggung jawab. Shopee supaya bekerja sama dengan jasa ekspedisi yang mampu mengantarkan barang dengan waktu yang singkat. Menurut (Uhti Sani, 2019) orang-orang tidak suka membuang waktu untuk kegiatan yang tidak produktif. Biaya-biaya yang diinginkan karena menunggu akan mengurangi nilai dari suatu jasa dan mungkin akan disamakan dengan kualitas yang rendah. Selain itu kecepatan layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Layanan ini berupa kecepatan, keramahan, dan kehandalan.

3.3.4 Adanya garansi pengembalian produk ketika produk yang diterima tidak sesuai.

Garansi produk harus berlaku untuk semua jenis produk dan semua seller, sehingga tidak hanya produk tertentu saja yang menyediakan garansi. Menurut (Siti Fausiah Romadonah, 2020) mengemukakan bahwa garansi atau jaminan ditujukan untuk meringankan kerugian konsumen, dalam hal pelanggan merasa tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibelinya. Garansi juga menjanjikan kualitas yang baik serta kepuasan pelanggan, sebelum maupun sesudah pembelian produk atau jasa, sekaligus memaksa perusahaan yang bersangkutan.

3.3.5 Memberikan petunjuk apa yang harus dilakukan jika transaksi tidak dapat di proses.

Pihak shopee supaya memberikan sosialisasi di dalam aplikasi atau notifikasi jika terjadi transaksi yang tidak dapat di proses, sehingga pengguna mengetahui langkah apa yang harus di lakukan agar transaksi dapat di proses. Menurut (Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa, 2018) kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat (accurate), tepat waktu (timeliness), dan relevan (relevance), sehingga konsumen tidak bingung dalam melakukan transaksi. Faktor kualitas informasi juga menentukan terjadinya kepuasan pembelian terhadap produk ataupun barang yang dipasarkan via online shop, hal ini dikarenakan kualitas informasi merupakan suatu faktor yang dapat menyakinkan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Perhitungan dan analisa data menggunakan metode PIECES dinilai sangat efektif karena menganalisa sistem pervariabel sehingga sistem dapat dievaluasi lebih dalam

4.1.2 Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa data menggunakan metode *pieces framework* bahwa mahasiswa Fakultas Teknik dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) dalam menggunakan *marketplace* Shopee sudah

merasakan PUAS. Untuk hasil dari Analisa tingkat kepentingan dengan metode *Pieces Framework* seluruh variabel masuk dalam kategori PENTING.

4.1.3 Pada hasil analisis IPA didapatkan atribut-atribut yang berada pada kuadran I yaitu Sering memberikan potongan harga atau voucher, data pribadi konsumen terlindungi, data transaksi konsumen terlindungi, pelayanan cepat dan akurat, adanya garansi pengembalian produk ketika produk yang diterima salah atau rusak, dan memberikan petunjuk apa yang harus dilakukan jika transaksi tidak dapat di proses. Pada kuadran ini mempunyai nilai kinerja yang rendah tetapi memiliki nilai harapan terhadap kualitas pelayanan yang tinggi sehingga diperlukan perbaikan pada atribut ini

4.1.4 Usulan yang diberikan untuk melakukan perbaikan kualitas layanan shopee yaitu Pihak shopee supaya memberikan lebih banyak diskon harga, voucher cashback, voucher gratis ongkir, dan diskon flashsale baik untuk pengguna baru atau pengguna lama, memberikan jaminan kepada pengguna bahwa data pribadi pengguna digunakan dengan semestinya dan tidak di persalah gunakan, yaitu dengan cara pihak shopee menyediakan penarikan persetujuan dan penghapusan atau anonymisation data pribadi, meningkatkan kecepatannya dan efisiensi waktu dalam melayani konsumen serta ke akuratan nya, yaitu dengan cara menjalin kerjasama dengan seller yang mampu memberikan pelayanan yang cepat, akurat, konsisten dan bertanggung jawab, Garansi produk harus berlaku untuk semua jenis produk dan semua seller, sehingga tidak hanya produk tertentu saja yang menyediakan garansi, dan memberikan sosialisasi di dalam aplikasi atau notifikasi jika terjadi transaksi yang tidak dapat di proses, sehingga pengguna mengetahui langkah apa yang harus di lakukan agar transaksi dapat di proses

4.2 Saran

4.2.1 Perusahaan Shopee harus lebih mendetail dalam mengevaluasi sistem pelayanan mereka sehingga dapat memberikan hasil yang optimal.

4.2.2 Sering melakukan komunikasi kepada pengguna untuk lebih mengetahui kebutuhan dan keinginannya.

4.2.3 Pihak Shopee harus memperhatikan berbagai atribut-atribut layanan pada semua variabel yaitu *performance, information, economic, control and security, efficiency, service*. (Meidita and Rokhmawati, 2018)

4.2.4 Penelitian ini memerlukan penelitian lanjutan dengan sampel yang berbeda dan lebih banyak karena masih banyak kota yang menyediakan jasa layanan Shopee

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. and Hidayatullah, A. (2019) 'Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Aplikasi Gojek Dengan Metode PIECES Framework', *Jurnal Sistem Informasi*, x, pp. 1–7. Available at: <http://ojs.stmik-borneo.ac.id/index.php/J-SIm/article/view/46>.
- Amaliah, K. R., Ahmad, S. N. and Rustan, F. R. (2021) 'Aplikasi Metode Pieces Framework Dalam Menganalisis Kualitas', *nasional*, 9, pp. 35–44.
- Andira, dias firani, Komariah, K. and Norisanti, N. (2020) 'Analisis Web Service Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Shopee (Survei Pada Pengguna Online Shop KAWAIDOLLSHOP Di Sukabumi)', *Nasioanl*, 2(7), pp. 216–224.
- Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa (2018) 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada', *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018)*, 6(2), pp. 1–6.
- Hertzum, M. and Holmegaard, K. D. (2013) 'Perceived Time as a Measure of Mental Workload: Effects of Time Constraints and Task Success', *International Journal of Human-Computer Interaction*, 29(1), pp. 26–39. doi: 10.1080/10447318.2012.676538.
- Kristy, R. D. and Kusuma, W. A. (2018) 'Analisis Tingkat Kepuasan Dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Malang', *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 2(1), p. 17. doi: 10.51804/tesj.v2i1.223.17-24.
- Meidita, Y. and Rokhmawati, R. I. (2018) 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan , Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee)', 2(11), pp. 5682–5690.
- Novirsari, E. (2019) 'Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company',

Manajemen, STIE TRICOM, 12(2), pp. 101–111.

- Palinggi, S. and Limbongan, E. C. (2020) ‘Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia’, *Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1), pp. 225–232. Available at: <http://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasristek2020/article/view/2543>.
- Siti Fausiah Romadonah (2020) ‘Hubungan Kualitas Produk, Brand Image Dan Garansi Produk Tas Eiger Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening’, pp. 1–23.
- Sucianah, A. and Yuhertiana, I. (2021) ‘Gender Memoderasi Financial Literacy Dan Financial Behavior Terhadap Ketahanan Keuangan Rumah Tangga Milenial Selama Pandemi Covid-19’, *JURNAL PROAKSI Journal*, 8(2), pp. 51–60.
- Uchti Sani, P. (2019) ‘Kontribusi Kecepatan Layanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pt.Jne Konter Perak Timur’, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1). Available at: <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/7069>.
- Yusup, F. (2018) ‘Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif’, *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), pp. 17–23. doi: 10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.